

ファミリービジネスの定義 —先行研究のレビューから—

明治大学専門職大学院グローバルビジネス研究科 専任准教授 石井 宏 宗

目 次

| | |
|---------------------------|----|
| 1. はじめに | 25 |
| 2. 中小企業・同族会社とファミリービジネスの区分 | 25 |
| 3. 先行研究のレビュー | 28 |
| 4. ファミリービジネスの定義 | 30 |
| 5. むすび | 30 |

1. はじめに

ファミリービジネスとはいったい何を指すのであろうか。代々続く街かどの商店、同族会社の中小企業、それこそ世界のトヨタ自動車でさえ、特定の一族で経営が継承されていると考えられている場合、これらすべてはファミリービジネスと呼称される。ファミリービジネスという概念は非常に広義にもちいられているのである。同時に、明確に定義ができない不明瞭な概念ともいえよう。

本研究は筆者がファミリービジネスの研究を開始するにあたり、その定義を経営学の視点から明らかにすることを目的としている。第2節では、中小企業と同族会社そしてファミリービジネスの関係性を整理し、その区分を明らかにする。一般的に同族会社の中小企業とファミリービジネスは一色単にみなされがちであるが、研究を進めていくために一般論と法的な定義から区分を明確におこなう必要がある。

第3節においては、ファミリービジネス研究における内外の先行研究をレビューする。それぞれの研究において、ファミリービジネスがどのように定義されているのかを取りあげていく。第4節では先行研究のレビューに

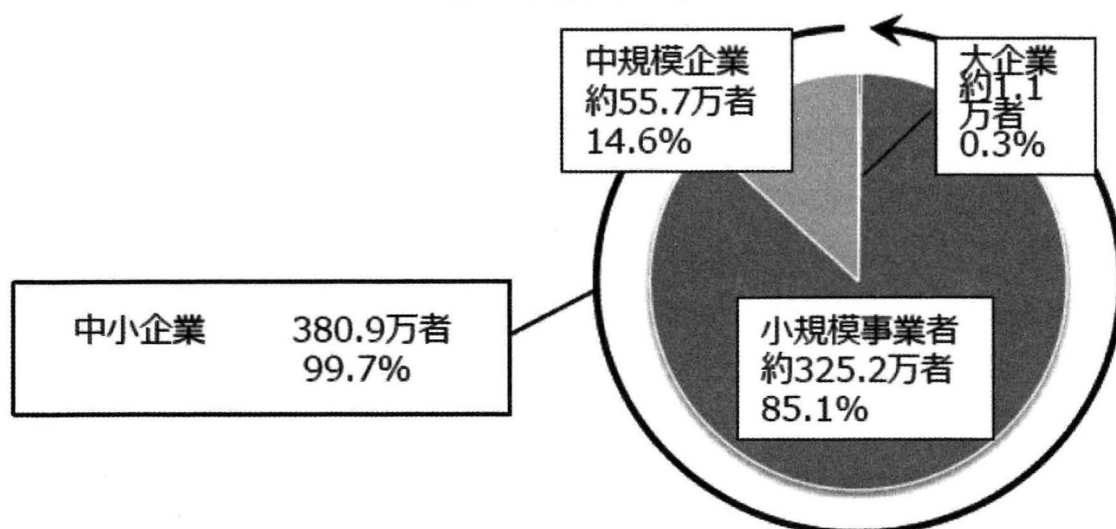
もとづき、ファミリービジネスの定義を多面的に概観する。学問的な見地からファミリービジネスの定義を検証するのである。第5節においては本研究の総括をおこない、本研究の限界と今後の課題について述べる。

2. 中小企業・同族会社とファミリービジネスの区分

本節では中小企業と同族会社、そしてファミリービジネスにおける関係性を整理し、それぞれ明確な定義の区分をおこなう。まず中小企業の現状についてみてみよう。日本における全企業の99.7%占める中小企業は約381万社に上り、日本経済の基盤といえる（図表1）。オイルショック、バブル経済崩壊、リーマンショック、そして東日本大震災においても日本経済を支えてきた主体は中小企業である。その根拠は日本企業における経常利益の推移から読み取ることができる（図表2）。大企業のそれは景気に大きく呼応する特質をもつが、中小企業（中堅・中小・零細）は大企業に比して変動の割合が少ないことがわかる¹。換言すれば、もし日本の中小企業における経常利益が大企業と連動して大きく変動してしまう場合、日本経済はかなりの痛手をこうむるだろう。

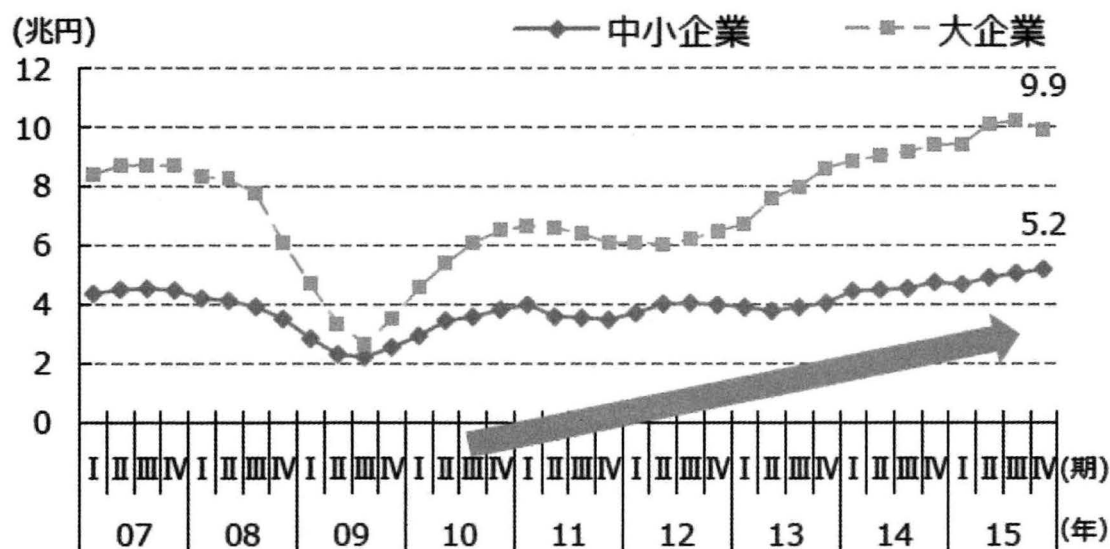
1 中堅企業とは中村（1964）が考案した概念であり、法的な定義は存在しない。

図表1 企業規模の割合



出所：中小企業白書概要（2016）

図表2 企業の経常利益推移表



出所：中小企業白書概要（2016）

日本における中小企業の特徴は、いわゆる「日本的経営」²と呼ばれるものである。グローバル化した日本の大企業では終身雇用などの日本的経営を取りやめて久しいが、一般的には多くの中小企業はいまも日本的経営を続けている。日本的経営のなかでも、とりわけ家族主義にもとづく終身雇用制度は地域の雇用に貢献するのみならず、日本経済の根幹をも担ってきた。なぜならば日本における全従業員の70.1%が中小企業に属しているからである（図表3）。全就労者の約7が中小企業に所属し

ている日本において、その失業率が諸外国に比べ低い要因は、中小企業による貢献に求められるだろう。この点においても、中小企業は日本経済の重要な基盤であることがわかる。

そして日本における中小企業の96.7%が、資本金1億円未満の同族会社と呼ばれるものである³。同族会社の定義は後述するが、同族会社は特定一族すなわちファミリーで所有されていることがほとんどである。このため、「中小企業＝同族会社＝ファミリービジネス」とい

2 日本の経営とは、年功賃金、終身雇用、企業別組合いわゆる「三種の神器」を指す。

3 『中小企業白書』（2014）より。

図表3 企業就労者の状況

| | 企業数 | 従業者数 |
|----------|---------|---------|
| 大企業 | 1.1万者 | 1,433万人 |
| 中小企業 | 380.9万者 | 3,361万人 |
| うち小規模事業者 | 325.2万者 | 1,127万人 |

出所：中小企業白書概要（2016）

う等式が一般的な理解として独り歩きしたのではないだろうか。筆者は日本において中小企業が同族会社、ファミリービジネスと同義語で扱われることが多い原因は、この点にあると考えている。

まず中小企業の定義は、三つの法律により分類されている。法人税法では資本金1億円以下の企業、会社法では資本金5億円以下もしくは負債総額200億円以下の企業、中小企業基本法では業種、資本金、従業員の規模ごとに細かく区分されている（図表4参照）。つぎに同族会社とは、そもそもは法人税法の用語である。法人税法上の同族会社は、三名以下の株主によって会社の株式の50%超を実質的に所有されている会社と定義されている。ここに中小企業および同族会社とファミリービジネスの親和性が垣間見えるが、同族会社の株主は自然人だけではなく法人の場合もある。その法人が必ずファミリービジネスによる支配を受けているとは限らない。他方でファミリービジネスという概念に、法的な定義はないのである。代々続く街かどの老商店も世界のトヨタ自動車もファミリービジネスと呼ばれている。中小企業とその96.7%を占める同族会社は「中小企業≡同族会社」と表現できるかも知れないが、中小企業も同族会社もファミリービジネスとは同義ではない。つまり中小企業

≡同族会社≠ファミリービジネスなのである⁴。

さらに近年の経営学においては、中小企業とファミリービジネスは一線を画した研究が進められている。たとえば米国においては、中小企業論から区分されたファミリービジネス研究という独立した学問領域が確立されている。ハーバードビジネススクールやノースウエスタン大学ケロッグ経営大学院などでは、ファミリービジネスに関する特別のプログラムが履修科目として提供され久しい。他方で日本における多くのファミリービジネス研究は、いまだに中小企業論の延長線上にある。しかしながらここ数年、日本においても明治大学ビジネススクールなどいくつかの大学院で中小企業論から区分されたファミリービジネス研究が萌芽しつつある。

このように経営学の時流においても、中小企業論とファミリービジネス研究を明確に分離する傾向にある。これらのことから本研究では中小企業論とファミリービジネス研究を区分した概念として捉えていくことにする。次節においては、先行研究からファミリービジネスの定義について取りあげ、経営学の視点からファミリービジネスの概念を明らかにする。

図表4 中小企業の法的定義

| 業種 | 法人税法 | 会社法 | 中小企業基本法 |
|-------|----------|-------------------------|-------------------------|
| 製造業 | 資本金1億円以下 | 資本金5億円以下もしくは負債総額200億円以下 | 資本金3億円以下もしくは従業員300人以下 |
| 卸売業 | | | 資本金1億円以下もしくは従業員100人以下 |
| 小売業 | | | 資本金0.5億円以下もしくは従業員50人以下 |
| サービス業 | | | 資本金0.5億円以下もしくは従業員100人以下 |

出所：筆者作成

4 同族会社の類義語として「同族経営」や「同族所有」という用語があるが、これらはあくまで一般通念上の概念であり、法的もしくは明確に定義されている用語ではない。

3. 先行研究のレビュー

本節の目的は、ファミリービジネスの定義を経営学の視点からレビューすることにある。以下にファミリービジネス研究におけるいくつかの主要な先行研究を、ファミリービジネスの定義に絞ってみたい。なおファミリービジネスの研究は海外において確立されたものであることから、本研究では国内ではなく海外の先行研究からレビューしていくことにする。

3-1 海外の主要な先行研究

ファミリービジネス研究は欧米において半世紀ほど前から行われている。そのなかでもファミリービジネス研究の著名な研究は、ファミリーとビジネスそしてオーナーシップそれぞれの役割を示した「スリーサークル・モデル」⁵をもちいている Tagiuri and Davis (1992) であろう⁶。この研究ではハーバードビジネス・スクールが主催する Owner President Management (OPM)⁷と呼ばれるプログラムに参加したファミリービジネス経営者524名のアンケートから、ファミリービジネスが重要と考える経営目標について実証がなされている。この研究においてはファミリービジネスについての明確な定義はみあたらず、創業家による経営という広範な表現がなされている。

スリーサークル・モデルの「発展段階モデル」を考案した Gersick et al. (1997) も、代表的なファミリービジネスの研究である。スリーサークル・モデルのファミリーにおいては「ヤング・アダルト・ファミリー世代から実際の世代交代」までの期間、ビジネスでは「創業期から成熟期」にかけて、オーナーシップでは「単独オーナーからいこ連合の構築」まで、それぞれのサークルにおける時系列的な発展段階を示している。この研究においては、もっともファミリービジネスらしい形態は創業家とその企業を所有し経営もおこなうものとされているが、ファミリービジネスの詳細定義について特段の言及はない。

スリーサークル・モデルを前提に、「事業環境」、「事業戦略」、「ファミリー要因」、「ファミリー憲章」の観点からファミリービジネスにおける事業承継の重要性を論じているのが Rouvinez and Ward (2005) である。成功する事業承継のためにはファミリー憲章を策定し、ビジネスのみならずファミリーの視点からもコーポレート・ガバナンスを高める必要性を述べている。この研究におけるファミリービジネスの定義は、創業者とその家族、親族という広義な解釈である。他方で、「二世以上によりファミリーが支配している」、「三人以上のファミリーメンバーが経営に関与している」、「現在のファミリーオーナーが次世代のファミリーに経営権を譲渡するつもりでいる」という3つのうち少なくとも1つでも当てはまればファミリービジネスの条件をみたすという、ストックホルム・スクール・オブ・エコノミクス⁸の定義が取りあげられている。

ビジネスだけではなくファミリーのガバナンスも並行して構築すべきとする、いわゆる「並行的プランニング」⁹についての研究が Carlock and Ward (2010) である。並行的プランニングは、ファミリーとしての価値観の共有、ビジョンの策定、戦略の立案、投資の計画、ガバナンスの構築という5つのステップから構成される。並行的プランニングの実現によりオーナーシップが強化され、ファミリーとビジネスが均衡し、ファミリービジネスの持続的経営が可能となることが述べられている。多くの事業承継におけるケースが取りあげられているが、この研究においてファミリービジネスの定義は特段に論じられていない。

3-2 国内の主要な先行研究

倉科 (2003) は、ファミリービジネスを企業データ⁹からの分析、事業承継などの経営課題、外国のファミリー企業との差異、ファミリー企業成功の条件、これら4つの視点から研究している。この研究におけるファミリービジネスの定義は、「個人として最大株主であるとともに創業者またはファミリー族が経営トップ（会長・社長・副社長など）を担っている」、「個人大株主であるが経営トップとしては参画していない。ファミリー族が

5 和訳では「三円モデル」とも標記される。

6 Tagiuri and Davis (1982) がスリーサークルモデルの最初の研究と考えられるが、ワーキングペーパーのため現在においては入手困難であり、その後再掲された Tagiuri and Davis (1992) をレビューした。

7 Smaller Company Management Program (SCMP) とも呼ばれている。

8 PPP (Parallel Planning Process) とよばれる。

9 国内の全上場1部および2部企業2,515社が対象とされている。ただし店頭公開、ジャスダック市場は創業間近なオーナー企業が多いため対象から除外されている。

取締役または常務クラスで参画している場合も含める」、「個人大株主ではないが、創業者一族のファミリーが経営トップ（会長・社長・副社長など）として経営に参画している」という3つの条件が示されている。なお倉科（2003）は、「体系的なファミリー企業にかかわる出版物は見当たらない」としていることから、この研究は日本におけるファミリービジネス研究の先駆的なものといえよう。

後藤（2012）は、ファミリービジネスを優位性と特徴、成長と発展、経営戦略、承継、ガバナンス、社会的責任、グローバル化、将来展望という総合的な観点から研究している。ファミリービジネスは、ファミリーの経営の意思決定にたいする影響力、取締役会など経営方針の討議および決定への参画、複数のファミリーメンバーによる経営への関与、次世代へ承継する意思、これら4つの視座から定義されるべきと論じている。これらを鑑み、ファミリービジネスの定義を「ファミリーが同一時期あるいは異なった時期において役員または株主のうち2名以上を占める企業」としている。なお後藤（2012）は先述した4つの視点において、承継する意思のみでファミリービジネスと捉えることは不適切として、「異なった時点」という時間軸を定義することでこの課題に対応している。

入山・山野井（2014）は「同族企業」をファミリービジネスとみなし、ファミリービジネスにおける所有と経営が、エージェンシー理論、資源ベース理論、社会的情緒資産理論へいかに適用できるかを検証している¹⁰。この研究ではファミリービジネスをファイナンスの先行研究にならい、同族所有（family ownership）と同族経営（family management）に区分している。その上で縦軸を「創業家の経営への関与が弱い」、「創業家の経営への関与が強い（＝同族経営）」、横軸を「創業家の株式保有比率が低い」、「創業家の株式保有比率が高い（＝同族所有）」としてその交点である「低レベルの同族所有だが同族経営の企業」、「同族所有比率が高いが経営への関与は低い」、「同族所有であり同族経営でもある企業」をファミリービジネスの定義としている。なお日本においては、低レベルの同族所有だが同族経営の企業が多いことが特徴であることが明らかにされている。

Yupana and Shim（2015）は、日本のファミリービジネスと非ファミリービジネスにおける財務業績を比較検

証した実証研究である¹¹。この研究のファミリービジネスの定義は、「創業家一族が大株主上位10位のなかに入っていること、もしくは代表取締役社長や代表取締役会長などの最高意思決定が可能なポジションにいること」としている。その上でファミリービジネスの経営者を創業者経営、親族経営、婿養子経営、暫時専門経営者経営、専門経営者経営の5つに区分し、非ファミリービジネス経営との業績比較をおこなっている。

奥村（2015）は、Gersick et al.,（1997）のスリーサークルモデルや、Carlock and Ward（2010）の並行的プランニングなど、ファミリービジネス研究における主要なフレームワークおよび理論をレビューした研究である。この研究におけるファミリービジネスは、「ファミリービジネスとは創業家の一族がその企業を所有している、あるいは経営に携わる企業とされている。要するに所有のみ、あるいは経営の中枢に創業家のメンバーがいる、そして所有も経営も行う企業」と定義されている。

後藤 et al.,（2016）は、概況、業種動向、諸施策、戦略、課題といった多面的視点からファミリービジネスの在り方を研究している。ファミリービジネスの定義は、「ファミリーが同一時期あるいは異なった時点において役員または株主のうち2名以上を占める企業」である。ファミリーメンバーが及ぼす影響力を所有と経営の両軸で考察し、ファミリービジネスを「強い」「弱い」「微弱」の3区分に大別し、さらにそれぞれを2区分に細分化している。

「強い」グループは、現時点において株主としてファミリーが有価証券報告書に表示される10大株主に含まれ、役員を1名以上出し、ファミリーが筆頭株主であれば「最も強い」と定義している。他方、筆頭株主以外の10大株主の場合で役員を1名以上出している場合は「強い」としている。「弱い」グループにおいては、株主としてファミリーが10大株主に含まれているが役員を出さず、ファミリーが筆頭株主の場合は「やや弱い」としている。筆頭株主以外の10大株主であれば「弱い」と定義している。「微弱」グループは、役員を1名以上出しているがファミリーが10大株主に含まれていないが、ファミリーメンバー出身の会長あるいは社長の場合は「微弱」としている。また、ファミリーから役員を出しているが、会長あるいは社長以外の場合を「最も弱い」と定義している。

10 近年のファミリービジネス研究は、経営学の主要理論であるエージェンシー理論、資源ベース理論、社会的情緒資産理論をもちいて分析、検証がおこなわれている。

11 1949年以降に日本の株式市場で上場した企業のみを検証対象として、業績指標にROAとトービンのqをもちいている。

4. ファミリービジネスの定義

Yupana and Shim (2015) は、ファミリービジネスの定義は基準設定が非常に難しい課題であることを述べている。たとえば海外では創業家の株式支配が5%から10%などを基準にして、ファミリービジネスか否かの判定が明確に設定されている場合が多い。他方で日本は二輪及び四輪車メーカーであるスズキ株式会社のように、創業者一族がほとんど株式を支配していないにも関わらず、長期的に創業家が経営をおこなっているケースが多い。株主所有がファミリービジネスの前提として考えられている欧米とは異質の日本におけるファミリービジネスの背景を明らかにすることが、今後の日本におけるファミリービジネス研究の課題と論じている。

前節では国内外の主要な先行研究¹²のレビューをおこなったが、Yupana and Shim (2015) の示唆する課題が浮き彫りになる結果であった。つまり先行研究ごと、それぞれ異なるファミリービジネスの定義が設定されていたのである。本節では前節における先行研究のレビューを鑑み、ファミリービジネスの定義について検証するものである。図表5に前節における先行研究のレビューを、「企業所有」、「経営参画」、「事業承継」の視点からまとめた。その図表をもとに、ファミリービジネスの定義について概観してみよう。なお本研究で取りあげた海外文献についてはファミリービジネスの明確な区分が論じられていないため、Rouvinez and Ward (2005) で取りあげられていたストックホルム・スクール・オブ・エコノミクスの定義のみを掲載している。

本研究でレビューした先行研究をみると、フレームワーク研究や事例研究では、ファミリービジネスは広義に定義される傾向にある。他方、実証研究では狭義に詳細な定義がされていることが明らかにされた。このことは本研究で取りあげた海外文献はフレームワークおよび事例研究であり、ファミリービジネスの詳細な定義がなされていなかった要因ともいえる。一方、国内文献についてはほとんどが実証研究であったことから、図表5のようにファミリービジネスは詳細に定義されていたのである。

図表5を概観すると、筆者の見解としてはストックホルム・スクール・オブ・エコノミクスの定義がもっとも

シンプルかつ分類しやすいのではないかと考える。しかしながら、この分類のみでは国内のファミリービジネスを研究することは困難である。図表5の国内における先行研究の網掛け部分に着目してみると、国内ファミリービジネスでは企業を所有していないが創業家が経営を支配している事例があるからである。Yupana and Shim (2015) も指摘するように海外では「企業所有＝経営支配」を意味することが一般的であるが、日本の場合はそれが当てはまらないことが分かる。つまり企業を所有せずとも創業家が経営参画をおこない、創業家が実質的に経営および企業を支配する事例こそが日本的ファミリービジネスの特徴なのである。

これらを鑑み、国内におけるファミリービジネス研究を進める際にはストックホルム・スクール・オブ・エコノミクスの定義を軸として、図表5の網掛け箇所、すなわち企業は非所有だが実質的な経営支配をしている日本的ファミリービジネスの特徴を加味した上で、ファミリービジネスの定義と分類をおこなうことが適切と考える。

5. むすび

本研究は筆者がファミリービジネスの研究を開始するにあたり、その定義を経営学の視点から明確にすることを目的としたものである。第2節では、中小企業と同族会社そしてファミリービジネスの関係性を法的な定義から整理し、中小企業および同族会社とファミリービジネスは親和性があるものの同義ではないことを明らかにした。また経営学においても、これらは明確に区分されていることを示した。第3節においては、ファミリービジネス研究における内外の主要な先行研究をレビューした。また、ストックホルム・スクール・オブ・エコノミクスにおけるファミリービジネスの定義も取りあげている。

第4節では先行研究のレビューにもとづき、ファミリービジネスの定義を、企業所有、経営参画、事業承継の観点から検証した。その結果、日本のファミリービジネス企業は諸外国とは異なり、企業を所有せずとも実質的な経営支配をおこなっている特徴があることが明らかにされた。したがって筆者の見解としては、日本企業のファミリービジネスを研究する際には、ストックホルム・

12 他にも浅羽 (2015)、今村 (2017) など優れた先行研究も多数あるが、たとえば浅羽 (2015) はファミリービジネスの定義に関して詳細はなく、今村 (2017) はファミリービジネスではなく「創業者一族」という表現をもちいていたため、本研究における先行研究のレビューから外している。

図表5 ファミリービジネスの定義 ―企業所有・経営参画・事業承継―

| 出所 | ファミリービジネスの定義 | | | |
|------------------------|---|---|---------------------------------------|------------------------------|
| | 企業所有 | 経営参画 | 事業承継 | その他 |
| ストックホルム・スクール・オブ・エコノミクス | 二世以上にわたるファミリーが支配している | 三人以上のファミリーメンバーが経営に関与している | 現在のファミリーオーナーが次世代のファミリーに経営権を譲渡するつもりでいる | 左記条件が1つでも当てはまればファミリービジネスとみなす |
| 倉科 (2003) | 個人として最大株主であるとともに創業者またはファミリー族が経営トップ(会長・社長・副社長など)を担っている | | | |
| | 個人大株主で経営トップとしては参画していないが、ファミリー族が取締役または常務クラスで参画している | | | |
| | | 個人大株主ではないが、創業者一族のファミリーが経営トップ(会長・社長・副社長など)として経営に参画している | | |
| 後藤 (2012) | | ファミリーが同一時期あるいは異なった時期において役員または株主のうち2名以上を占める企業 | 異なった時点での承継 | |
| 入山・山野井 (2014) | 低レベルの同族所有だが同族経営の企業 | | | |
| | 同族所有比率が高いが経営への関与は低い | | | |
| | 同族所有であり同族経営でもある企業 | | | |
| Yupana and Shim (2015) | 創業家一族が大株主上位10位のなかに入っていること | もしくは創業家一族が代表取締役社長や代表取締役会長などの最高意思決定が可能なポジションにいること | | |
| 奥村 (2015) | 創業家の一族がその企業を所有している | あるいは創業家一族が経営に携わる企業 | | |
| 後藤 et al., (2016) | | ファミリーが同一時期あるいは異なった時点において役員または株主のうち2名以上を占める企業 | 異なった時点での承継 | |
| | 現時点において株主としてファミリーが有価証券報告書に表示される10大株主に含まれ、役員を1名以上出し、ファミリーが筆頭株主であれば「最も強い」 | | | |
| | 筆頭株主以外の10大株主の場合で役員を1名以上出している場合は「強い」 | | | |
| | 株主としてファミリーが10大株主に含まれているが役員を出さず、ファミリーが筆頭株主の場合は「やや弱い」 | | | |
| | 筆頭株主以外の10大株主で役員を出していない場合は「弱い」 | | | |
| | | 役員を1名以上出しているがファミリーが10大株主に含まれていない。しかしながらファミリーメンバー出身の会長あるいは社長の場合は「微弱」 | | |
| | | 役員を1名以上出しているがファミリーが10大株主に含まれていない。かつファミリーメンバー出身の会長あるいは社長がいない場合は「微弱」 | | |

出所：筆者作成

スクール・オブ・エコノミクスのような尺度を基軸としながらも、日本の特徴を考慮したファミリービジネスの定義設定が不可欠であることを論じた。

本研究は先行研究からファミリービジネスの定義を明らかにしようとしたものである。しかしながら主要と考えられる10本の先行研究のみを取りあげているため、そ

れ以外における定義についてはレビューをおこなっていない。主要な研究のみで定義について論ずることには限界があろう。今後の研究については、ファミリービジネス研究の著名な理論とフレームワークにおける先行研究をレビューする予定である。理論とフレームワークをレビューし、適切なリサーチ・クエスチョンおよびリサー

チ・デザインを探索するのである。

参考文献

- Carlock, R. S. and J. L. Ward. (2010) WHEN FAMILY BUSINESS ARE BEST, Palgrave Macmillan.
- Davis, J. A., & Tagiuri, R. (1992) . On the Goals of Successful Family Business. Family Business Reviews, V (1) ,pp.43-62.
- Gersick, K. E., Davis, J. A., Hampton, M. M., and Lansberg, I. S. (1997) Generation to Generation: Life Cycle of the Family Business, Harvard Business School Press.
- Rouvinez, D. K. and Ward, J. L. (2005) Family Business , 1st edition, Palgrave Macmillan.
- Yupana, W. and Shim, J. (2015) 「ファミリービジネスと戦後の日本経済」『一橋ビジネスレビュー』、63 (2)、pp.32-46.
- 浅羽茂 (2015) 「日本のファミリービジネス研究」『一橋ビジネスレビュー』、63 (2)、pp.20-30.
- 今村明代 (2017) 『創業者一族の経営とコーポレート・ガバナンス』中央経済社.
- 入山章栄・山野井順一 (2014) 「世界の同族企業研究の潮流」『組織科学』48 (1) ,pp.25-37.
- 奥村昭博 (2015) 「ファミリービジネスの理論」『一橋ビジネスレビュー』63 (2)、pp.4-19.
- 倉科敏材 (2003) 『ファミリー企業の経営学』東洋経済新報社.
- 後藤俊夫 (2012) 『ファミリービジネス - 知られざる実力と可能性 -』白桃書房.
- 後藤俊夫・落合康裕・浅沼聡・荒尾正和・今井兼人・曾根原敬悦・高梨一郎・西村公志・平林秀樹・柳義久 (2016) 『ファミリービジネス白書 - 2015年版 -』同友館.
- 中村秀一郎 (1964) 『中堅企業論』東洋経済新報社.
- 中小企業庁 (2014) 『中小企業白書2014年版』日経印刷.
- 中小企業庁 (2016) 『2016年版 中小企業白書概要』
www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/H28